

SKRIPSI

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING DI KOPI 1815 BANJARMASIN**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

MUHAMMAD YUSRAN

NIM: 1910312310040

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2023

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI
KOPI 1815 BANJARMASIN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**MUHAMMAD YUSRAN
NIM. 1910312310040**

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal 19 Desember 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



**Siti Alivati Al Bushairi, SE, MM
NIP. 19720909 199903 2 001**

Penguji 1



**Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM
NIP. 19670909 199303 1 001**

Penguji 2



**Rusniati, SE., M.Si
NIP. 19721117 199702 2 004**

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen FEB ULM





**Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si, CMA, CPM (Asia)
NIP. 19730727 200112 2 001**

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Muhammad Yusran
NIM : 1910312310040
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Experiantal Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Interveing Di Kopi 1815 Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Rabu, 19 Desember 2023
Waktu Ujian : 10.30 – 12.30 WITA

Tim Penguji

Pembimbing : Siti Aliyati Al Bushairi, SE., MM 

Penguji I : Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM 

Peneguji II : Rusniati, SE., M.Si 

LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian skripsi yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat :

Nama : Muhammad Yusran
NIM : 1910312310040
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Experiantal Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Interveing Di Kopi 1815 Banjarmasin
Hari / Tanggal : Selasa, 19 Desember 2023
Tempat : Labkom A
Waktu Ujian : 10.30 – 12.30 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji :

No	Nama	Keterangan	Tanda Tangan
1	Siti Aliyati Al Bushairi, SE., MM	Pembimbing	
2	Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM	Penguji I	
3	Rusniati, SE., M.Si	Penguji II	

Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Banjarmasin, Desember 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan Program Studi Manajemen



Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE,
M.Si, CMA, CPM (Asia)
NIP. 19730727 200112 2 001

Mahasiswa



Muhammad Yusran
NIM 1910312310040

PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 15 Januari 2023

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Yusran

NIM. 1910312310040

KATA PENGANTAR

Puji Syukur panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening di Kopi 1815 Banjarmasin”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini penulis tentunya menemukan hambatan dan kendala. Akan tetapi berkat arahan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Ibu Siti Aliyati Al Bushairi, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dalam Menyusun dan mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Bapak Dr. H.M. Riza Firdaus, SE., MM. dan Ibu Rusniati, SE., M.Si selaku Dosen Penguji dalam ujian skripsi yang telah membantu dalam penyempurnaan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk penulis
5. Kedua orang tua tercinta, Ibunda saya Noor Aida, SE. dan Ayahanda saya Taufik Adi Rahmani, SE., MM., serta saudara kembar saya Muhammad Yusrie dan adik saya Aisyah Ayudia Putri yang selalu memberikan kasih sayang, doa dan dukungannya yang tidak dapat diungkapkan dengan kata-kata.

6. Balqis Azizah, ST., yang banyak sekali membantu dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh keluarga penulis (Alm. Nenek Oh, Mama Yuni, Mama Ina, Om Edo, Om Atip, Om Dede, Tante Erin, Tante Rina, Husein, Javier, Ayrha, Abyasa, Arsenio dan Ayesha)
8. Seluruh teman-teman yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada saya, Lino, Andra, Faris, Qistan, Marco dan Nuga.
9. Seluruh teman-teman dekat kelas penulis, Hanif, Ayub, Haji, Odi, Zidan, Wahdi dan Indra.
10. Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
11. Kopi 1815 Banjarmasin yang sudah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat melakukan penelitian di tempat tersebut.

Semoga amal baik mereka memperoleh balasan baik dari Allah SWT dan selalu dalam perlindungan-Nya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan masukan bagi penulis sangat diharapkan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Banjarmasin, 2023
Penulis



Muhammad Yusran
NIM. 1910312310040

ABSTRACT

Yusran, Muhammad (2023). The Influence of Experiential Marketing and Service Quality on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction as an Intervening Variable at Kopi 1815 Banjarmasin. Management Study Program. Faculty of Economics and Business. Lambung Mangkurat University. Advisor: Siti Aliyati Al Bushairi.

This research aims to determine and analyze: (1) the influence of Experiential Marketing on Customer Satisfaction, (2) the influence of Service Quality on Customer Satisfaction, (3) the influence of Experiential Marketing on Customer Loyalty, (4) the influence of Service Quality on Customer Loyalty, (5) the influence of Customer Satisfaction on Customer Loyalty, (6) the influence of Experiential Marketing on Customer Loyalty through Customer Satisfaction, (7) the influence of Service Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction.

This type of research is quantitative research. The population and sample in this research are Kopi 1815 customers aged 17 years and over and customers who have made purchases at Kopi 1815 at least three times. The number of samples in this study was 117 respondents using purposive sampling technique. The data that was collected through a questionnaire was analyzed using the SEM-PLS (Structural Equation Modeling-Partial Least Square) analysis technique.

The results of this research show that (1) experiential marketing has a positive and significant effect on customer satisfaction, (2) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, (3) experiential marketing has a negative and significant effect on customer loyalty, (4) service quality has an effect positive and significant effect on customer loyalty, (5) customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, (6) experiential marketing has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction, (7) service quality has a positive and significant effect on customer loyalty through satisfaction customer.

Keywords: Experiential Marketing, Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

ABSTRAKSI

Yusran, Muhammad (2023). Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening di Kopi 1815 Banjarmasin. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Lambung Mangkurat. Pembimbing: Siti Aliyati Al Bushairi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: (1) pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan, (2) pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, (3) pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan, (4) pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan, (5) pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan, (6) pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan, (7) pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

Jenis penelitian ini berupa penelitian kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Kopi 1815 yang berusia 17 tahun keatas dan pelanggan yang melakukan pembelian di Kopi 1815 minimal tiga kali. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 117 responden dengan menggunakan Teknik *purposive sampling*. Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, dianalisis menggunakan Teknik analisis SEM-PLS (*Struktural Equation Modeling-Partial Least Square*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (3) *experiential marketing* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (4) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (5) kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (6) *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, (7) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata kunci : *Experiential Marketing*, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Pembahasan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 <i>Experiential Marketing</i>	13
2.1.2 Kualitas Pelayanan	16
2.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	18
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	20
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	22
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	30
3.1 Kerangka Konseptual	30
3.2 Hipotesis	31
3.2.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	31
3.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	31
3.2.3 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	31
3.2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	32
3.2.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	33
3.2.6 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening.....	34
3.2.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening.....	34
BAB IV METODE PENELITIAN	37
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	37
4.2 Jenis Penelitian.....	37
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian.....	37

4.4	Unit Analisis	37
4.5	Populasi dan Sampel.....	38
4.5.1	Populasi.....	38
4.5.2	Sampel.....	38
4.6	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	40
4.7	Teknik Pengumpulan Data.....	43
4.8	Teknik Analisis Data	44
4.8.1	Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	45
4.8.2	Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	46
4.8.3	Pengujian Hipotesis	47
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	48
5.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
5.2	Hasil dan Analisis	48
5.2.1	Karakteristik Responden	48
5.2.2	Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	50
5.2.3	Uji Model Pengukuran Reflektif (<i>Outer Model</i>)	54
5.2.4	Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	58
5.2.5	Hasil Pengajuan Hipotesis	59
5.2.6	Pembahasan Hasil Penelitian	62
5.2.7	Implikasi Hasil Penelitian	65
5.3	Keterbatasan Penelitian	66
BAB VI	PENUTUP	67
6.1	Kesimpulan	67
6.2	Saran	68
	DAFTAR PUSTAKA	69
	LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Perbandingan Variabel Penelitian ini dengan Penelitian Sebelumnya	27
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel	47
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Error! Bookmark not defined.	
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Error! Bookmark not defined.	
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Error! Bookmark not defined.	
Tabel 5. 4 Rekapitulasi Jawaban Respondel Variabel <i>Experiential Marketing</i> Error! Bookmark not defined.	
Tabel 5. 5 Rekapitulasi Jawaban Respondel Variabel Kualitas Pelayanan Error! Bookmark not defined.	
Tabel 5. 6 Rekapitulasi Jawaban Respondel Variabel Loyalitas Pelanggan Error! Bookmark not defined.	
Tabel 5. 7 Rekapitulasi Jawaban Respondel Variabel Kepuasan Pelanggan Error! Bookmark not defined.	
Tabel 5. 8 <i>Outer Loading</i> Error! Bookmark not defined.	
Tabel 5. 9 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> Error! Bookmark not defined.	
Tabel 5. 10 <i>Cross Loading</i> Error! Bookmark not defined.	
Tabel 5. 11 <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> Error! Bookmark not defined.	
Tabel 5. 12 <i>R-Square</i> Error! Bookmark not defined.	
Tabel 5. 13 <i>F-Square</i> Error! Bookmark not defined.	
Tabel 5. 14 <i>Path Coefficients</i> Error! Bookmark not defined.	
Tabel 5. 15 Pengujian Hipotesis (Pengaruh Tidak Langsung) Error! Bookmark not defined.	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 8 Negara dengan Konsumsi Kopi Tertinggi	1
Gambar 1.2 Konsumsi Kopi di Indonesia.....	2
Gambar 1.3 Hasil Survei Pendahuluan Pembeli Kopi 1815 Banjarmasin.....	5
Gambar 1.4 Hasil Survei Pendahuluan Pembeli Kopi 1815 Banjarmasin.....	5
Gambar 1.5 Hasil Survei Pendahuluan Pembeli Kopi 1815 Banjarmasin.....	8
Gambar 1.6 Hasil Survei Pendahuluan Pembeli Kopi 1815 Banjarmasin.....	9
Gambar 1.7 Hasil Survei Pendahuluan Pembeli Kopi 1815 Banjarmasin.....	10
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	34
Gambar 5. 1 Model Penelitian Reflektif (<i>Outer Model</i>) Estimasi Awal	54
Gambar 5. 2 Nilai <i>Outer Model</i> Penelitian Tahap Estimasi Awal	55
Gambar 5. 3 Model Penelitian Struktural (<i>Inner Model</i>).....	58
Gambar 5. 4 <i>Outlier Experiential Marketing</i> dan Loyalitas Pelanggan	

Error! Bookmark not defined.